

Apollo Tyres ha partecipato con la presentazione del filmato realizzato per il lancio del pneumatico Vredestein Ultrac Vorti alla 4° edizione dei Cannes Corporate Media & TV Awards, una delle più importanti competizioni nel campo dei video industriali. I premi sono stati consegnati il 17 ottobre a Palm Beach Cannes, nel corso della cena di gala, a cui hanno partecipato più di 200 ospiti, tra produttori, registi, professionisti del marketing e della comunicazione, agenzie di pubbliche relazioni, rappresentanti di stazioni televisive e del settore pubblico, provenienti da tutto il mondo.

Il video di Apollo Vredestein è musicale ed è stato girato con una videocamera Google a 360. Il video e le musiche originali sono diventate anche un videogioco, disponibile nell'Apple store con un'integrazione a Facebook. L'idea creativa e l'esecuzione sono frutto dello sforzo congiunto di Artin Advertising, Sounds like film, Little Chicken e DPDK.



Il Delfino d'oro vinto da Apollo Tyres

Nella categoria "Marketing Communication" il film è stato premiato con il "Golden Dolphin". Tra i concorrenti c'erano brand di fama mondiale, come Porsche, Accenture, Volvo, Shell e Deloitte. Bandi Vaczi, responsabile Global Marketing Communications di Apollo Tyres, ha dichiarato: "Suona come un riconoscimento al nostro approccio creativo e alla nostra capacità di raccontare storie! Con un caso di marketing di basso interesse e un prodotto che si muove lentamente, noi abbiamo bisogno di qualcosa di diverso. Il nostro obiettivo è portare sensualità nel mondo dell'industria e l'oro è decisamente sexy."

Alla competizione internazionale sono arrivate 719 richieste di partecipazione, provenienti da 40 paesi, tra cui Australia, Nuova Zelanda, Giappone, Singapore, Taiwan, Thailandia, Malesia, Kazakistan, Bahrain, Emirati Arabi Uniti, Qatar, Marocco, Sud Africa, Brasile, Messico, USA e Canada. 120 produzioni hanno ottenuto a Cannes i trofei Dolphin in Gold, Silver e Black, in 36 diverse categorie.